

## Capítulo 2: La Redacción Periodística

### 2.1 El Estilo periodístico informativo: Doce Reglas de Oro

Los comunicadores y comunicadores indígenas deben aprender a manejar el estilo informativo del periodismo no necesariamente para convertirse en periodistas profesionales sino para ampliar su llegada comunicativa hacia los medios masivos que estarán más predispuestos a valorar un mensaje cuando está redactado en un formato y estilo “objetivo”.

Ocurre con frecuencia que las organizaciones indígenas difunden comunicados, pronunciamientos y diversos escritos que no hallan eco en los medios de información. En parte, esto se puede deber a varias deficiencias como las siguientes:

**Omisión.** Los textos que difunden las organizaciones indígenas a veces omiten información importante para entender de manera completa la información. Por ejemplo, ocurre que describen el hecho informativo con detalles diversos pero no indican la fecha en que ocurrió el suceso o el nombre exacto de los actores.

**Farragosidad.** Se dice del texto extenso, complicado, en el que la información importante está mal explicada, revuelta y mezclada con información poco relevante y escondida entre párrafos muy extensos.

**Desorden.** Suele ocurrir que lo más importante lo colocan al final. Esto sucede en los comunicados y pronunciamientos de las organizaciones donde ubican primero los considerandos o antecedentes y recién al final colocan los acuerdos o resoluciones adoptadas. En estos casos es conveniente acompañar el pronunciamiento o comunicado con una nota de prensa que coloque lo más importante al comienzo y no al final, como veremos más adelante.

La técnica periodística es una herramienta, es un instrumento útil para difundir información veraz, real y hacerla creíble y confiable a los medios de información y a la opinión pública, más aún en aquella opinión pública no familiarizada, desconfiada o incluso adversa hacia la temática indígena.

La práctica constante, el dominio progresivo de la técnica periodística hará del comunicador indígena una fuente importante, seria y responsable, para los medios de información en general.

Hemos resumido un conjunto de consejos prácticos para el manejo de la información periodística que consideramos de utilidad y a los que hemos denominado reglas de oro de la redacción en periodismo.

#### Doce reglas de Oro

1. Redacta de manera clara, sencilla y con naturalidad. Piensa que escribes para que lo pueda entender incluso un niño de 12 años.
2. Emplea solo las palabras que sean necesarias. No te olvides del dicho: “*lo bueno, si es breve, dos veces bueno*”.
3. Los párrafos deben ser cortos y tener entre veinticinco y treinta palabras como máximo.
4. Las oraciones también deben ser breves y es preferible dividir el párrafo mediante un punto seguido. Al hacer esto, cuida de no caer en oraciones vacías y sin contenido y en el abuso del punto seguido (tipo telegrama).

5. En la lengua española, el orden normal de la oración es sujeto-verbo-predicado. Sin embargo, este orden puede cambiarse de acuerdo a cómo se quiera atraer la atención del público.

6. Debes prestar especial cuidado y ser creativo al redactar el primer párrafo o entrada (**lead**) con la finalidad de despertar el interés de los lectores para que continúen con la lectura. También se debe empezar por lo más interesante.

7. Para que sea completa, la nota informativa debes responder por lo menos las cinco preguntas básicas:

- ¿Qué pasó? (es el **hecho**, lo que ha sucedido)

Ejemplo de hechos: La realización de un evento, la presentación de una denuncia, la toma de un acuerdo, la suscripción de un memorial, la difusión de una convocatoria, etc.

- ¿Quién? (**sujeto** o actor de la noticia)

Ejemplo de sujetos: La autoridad comunal, el dirigente de la organización, el funcionario de una entidad, el Ministro de Agricultura, el Presidente de la Región, el Alcalde, etc.

- ¿Cómo? (**descripción** básica del hecho)

Ejemplo de descripciones: Con el quórum reglamentario, con participación de las bases, luego de consultar a los delegados, de manera sorpresiva, etc.

- ¿Cuándo? (a qué hora, tiempo, **fecha**)

Ejemplo de fechas: el fin de semana, el viernes por la tarde, el lunes en la mañana, al término del escrutinio electoral, ayer, hoy se aprobó, etc.

- ¿Dónde? (**lugar**)

Ejemplo de lugares: En el auditorio municipal, en la plaza principal, frente a la sede regional de Educación, en el centro educativo del pueblo, en medio de un río, etc.

8. Si el espacio o el tiempo lo permiten, la información deberá responder además el:

- ¿Por qué? (**causa**, motivos del hecho)

Ejemplos de causas o motivos: Por presión de las bases, por el descontento de la población, por las denuncias de la prensa, debido a la preocupación de los ciudadanos, ante la carestía de los alimentos, por el bloqueo de la carretera, etc.

- ¿Para qué? (**consecuencias**, resultados)

Ejemplos de consecuencias o resultados: Para calmar a la población, para salvar su responsabilidad, para que las autoridades atiendan el problema, para solucionar el problema, para financiar una actividad, etc.

9. La información debe redactarse en párrafos independientes, ordenados de mayor a menor importancia (pirámide invertida). Esto permitirá a los editores de los medios informativos eliminar texto, de abajo hacia arriba, ante la carencia de espacio o tiempo para difundir la información completa.

10. Mantén el orden en el recojo de datos. Utiliza la entrevista como una técnica usual para corroborar datos y recoger más información o testimonios para el relato noticioso.

11. Evita las frases o expresiones comunes y el uso repetitivo de un mismo término, mediante sinónimos adecuados. Sin embargo, es preferible repetir una palabra común antes que utilizar otra que nadie comprenda.

12. Sé objetivo, veraz, serio, ameno y exprésate en un tono coloquial y familiar. No seas acartonado, es decir rígido y frío como un cartón.

Si practicas y cumples estas reglas lograrás ser una fuente creíble y confiable de información para el resto de medios y agencias de información.

## **2.2. Géneros periodísticos**

### **2.2.1. ¿Qué son los géneros periodísticos?**

Los géneros periodísticos son formas expresivas que emplean los comunicadores para hacer más completa, amena y educativa la información. Los géneros dan forma, color, variedad y profundidad a las noticias.

Permiten que el lector, oyente o televidente se interesen por el tema tratado y pueda convertirse en un potencial miembro de la corriente de opinión que queremos impulsar tras su emisión. Conozcamos algunos géneros periodísticos:

#### **2.2.1.1. La Entrevista**

Es el trabajo periodístico que relata, en todo o en parte, la conversación o diálogo con una determinada persona. La atracción informativa puede estar en la persona entrevistada o en el interés de lo que afirma.

Hay un error común en los que sostienen que sólo pueden ser dignos de una entrevista periodística personas “importantes”, es decir, las denominadas personalidades o autoridades. Desde nuestro punto de vista no es requisito que la persona sea un personaje público sino que lo más importante es lo que siente, piensa, afirma cualquier persona. Un ciudadano “común y corriente” puede decirnos muchas cosas importantes si es adecuadamente entrevistado.

La entrevista consiste, por lo general, en diálogos fluidos entre los interlocutores que comienzan y terminan bien. Aunque no siempre una entrevista de final feliz es la que mejor le sirve al comunicador o interesa al público. Puede haber poco provecho y una oportunidad perdida en una entrevista demasiado complaciente.

Por eso, se sugiere que el entrevistador se mantenga en estado de alerta:

- Para que el entrevistado no se explaye en asuntos sin importancia. Es decir, para no perder el control de la entrevista.
- Para evitar que el entrevistado intente evadir las preguntas.

<p>Recuerda: El entrevistador no debe ser ni demasiado complaciente ni demasiado agresivo</p>
---

## **Tipos de entrevista**

La **Entrevista Psicológica**: Es conocida como entrevista retrato. Consiste en una serie de preguntas de carácter personal con el fin de mostrar los rasgos que más caracterizan al entrevistado o entrevistada.

Ejemplo: entrevistas a líderes indígenas, a personas que apoyan la causa indígena y a personajes conocidos y queridos por el pueblo o la comunidad.

La **Entrevista de Investigación**: Se realiza para completar la información que se necesita sobre una noticia. Puede hacerse también por teléfono o radiofonía.

Ejemplo: conversación con informantes ya se trate de especialistas en un tema, fuentes o testigos de primera mano, autoridades o funcionarios implicados, otros colegas o periodistas, etc. que permitan completar o reforzar la información que tenemos.

La **Entrevista para Reportaje**: Llamada también entrevista noticiosa, se realiza para conocer la opinión del entrevistado sobre un problema de actualidad. Puede ser un especialista, una autoridad, un ex funcionario, un líder de opinión, un asesor o un dirigente indígena, entre otros.

### **Consejos generales para una entrevista periodística:**

- Antes de la entrevista elabora por escrito una lista de preguntas y repreguntas.
- No reveles tus preguntas antes de la entrevista. Lo que sí puedes es dar una idea general del tema o temas a tratar.
- Al empezar la entrevista trata de crear un ambiente en que el entrevistado se sienta cómodo.
- Muestra interés en lo que dice el entrevistado.
- No hagas preguntas cerradas del tipo ping pong (pregunta y respuesta breve, de una o dos palabras) ni del tipo sí y no (como por ejemplo, ¿le gusta el tacacho con cecina?, Sí; ¿y el masato?, No) que obligue al entrevistado a contestar con un monosílabo, salvo que se busque crear un efecto impresionista.
- Evita que el entrevistado se desvíe demasiado del tema. Insiste en las preguntas sin respuesta.

#### **2.2.1.2. El Reportaje**

Es el relato periodístico informativo, libre en cuanto al tema, objetivo en su modo y redactado en estilo directo, que da cuenta de un hecho de interés actual o humano.

Por ser un relato (escrito, hablado o visual), se apoya en parámetros literarios pero sin descuidar los hechos reales que narra.

Este género ofrece al comunicador o comunicadora amplia libertad para exponer los sucesos y narrarlos a su manera. No obstante, hay algunas técnicas para desarrollar el reportaje.

### **Tipos de Reportaje:**

**Reportaje de hechos.** Consiste en la narración de un hecho o suceso fundamental o noticioso, seguido de otro hecho de menor importancia y así en orden descendente.

**Reportaje animado.** Es el relato del hecho o suceso más interesante o llamativo, seguido de más detalles del mismo hecho, y luego por más detalles complementarios hasta el cierre o final del reportaje.

**Reportaje de pirámide invertida.** Es el relato de la noticia empezando por lo más importante hasta terminar en los hechos de menor valor.

**Reportaje cronológico.** Sigue un orden cronológico desde el comienzo de los hechos hasta su desarrollo y culminación.

#### **Consejos para un buen reportaje:**

- Escriba un comienzo atractivo (una cita, un encabezado, un resumen), siga un desarrollo interesante evitando los párrafos inútiles y buscando los párrafos más reveladores.
- Distribuya su información en párrafos o segmentos que contengan ideas comunes.
- Recuerde que en el reportaje es el lector u oyente quien debe valorar o juzgar los hechos, no el comunicador. Deje que sean sus entrevistados quienes emitan los juicios de valor. La crónica sí permite los juicios y valores del periodista.

#### **2.2.1.3. La Crónica periodística**

Es un texto que cuenta lo ocurrido entre dos fechas. En la actualidad, la crónica se extiende no solo a hechos que ocurren en un lapso de tiempo sino a cualquier hecho, (que contenga acción o no) de la vida cotidiana.

Es un texto, además, que cuenta una noticia pero con elementos de valor (opinión, juicio, divagación, humor, alegría, tristeza, etc.) de quien escribe.

Narra situaciones comunes que podrían pasar desapercibidas sino fuera porque el periodista encuentra algo que contar, como el esfuerzo de un niño por guiar a su padre ciego, la visita de una autoridad local a un centro poblado, las peripecias de una jornada de protesta social. Los más conocidos tipos de crónicas son:

- Crónica de sucesos políticos y sociales.
- Crónica judicial.
- Crónica deportiva.
- Crónica local.
- Crónica de los corresponsales de guerra o de conflictos sociales.
- Crónica de los corresponsales en provincias.
- Crónica de los enviados especiales.
- Crónica de viajes.

#### **2.2.1.4. El Artículo periodístico o de opinión**

Son textos que tratan sobre ideas, deducen consecuencias ideológicas, culturales, filosóficas de hechos más o menos actuales. Su característica es que interpreta, valora, explica un hecho o idea.

El artículo periodístico es libre, tanto en el estilo, en el tema y en la forma. El sujeto de la información no son los hechos, sino el escritor y sus ideas. Por esta razón el autor está en primer plano o primera persona.

La finalidad primordial de un artículo periodístico no es informar sino principalmente instruir desde la perspectiva del autor. Entre los tipos de artículos periodísticos podemos citar los siguientes:

ntes:

- El Editorial
- El Comentario
- El artículo de costumbres
- La crítica cultural
- El Ensayo
- El artículo de humor

## **2.3. La noticia**

### **2.3.1. ¿Qué es noticia?**

La noticia es una información breve que da cuenta de un hecho actual o actualizado. Al decir de los especialistas toda noticia es aquella información digna de conocerse públicamente porque tiene cualidades que repercuten en los seres humanos.

Un ejemplo clásico es:

- “Un perro muerde a un hombre”... no es noticia por que es algo común. Salvo que se trate de una agresión feroz como la que podría ocasionar un perro pit bull.

- “Un hombre muerde a un perro”... sí es noticia porque es algo inusual.

La valoración de lo que es “digno de conocerse” depende de la formación y los valores del medio que difunde la noticia. Si se trata de un gran medio tradicional o de prensa sensacionalista los temas relacionados a los pueblos y comunidades indígenas ingresan como noticia solo cuando refieren acciones de violencia o son motivo de folklore. Pero para un medio democrático o intercultural sí es digno de conocerse los hechos que afectan las condiciones de vida de los pueblos originarios así éstos no sean sensacionales.

### **2.3.2. ¿Cuáles son los valores de una noticia?**

Los valores de la noticia o factores de interés periodístico son criterios que aplica el periodista para decidir si un acontecimiento debe ser conocido por un público mayor. A mayor número de valores en un hecho, más probabilidad de ser noticia. Un hecho que no posea ninguno de estos valores no será noticia. Veamos algunos valores de la noticia:

**Proximidad o Alcance.** La cercanía o lejanía de un acontecimiento en relación al alcance del medio informativo concede rasgos distintos a las noticias. Por ejemplo:

- “Caen asaltantes de la carretera Los Libertadores-Wari” es de proximidad para los ayacuchanos.
- “Este 24 de junio Yarinacocha prepara festival sanjuanero” es de proximidad para los pucallpinos.
- “Crecen importaciones de arroz coreano al Perú” es de proximidad para el gremio de arroceros en general.

**Actualidad.** Acontecimientos o hechos ocurridos recientemente. También puede tratarse de la reciente revelación de un hecho antiguo.

Ejemplos:

- “Dos campesinos murieron ayer durante el Paro agrario...”
- “Descubren momia de mil años...”
- “Atrapan asesino de niña enterrada hace dos años”
- “El alcalde de Iparía anunció hoy...”
- “Cien delegados de comunidades se reunirán el jueves...”

**Rareza o curiosidad.** Son hechos singulares, diferentes, curiosos o insólitos. Es decir, no son habituales ni comunes en el lugar de influencia del medio. La rareza tiene su encanto, así como los extremos: los más rápidos, los más altos...

Ejemplos:

- “Puno se muere de frío con 28 grados centígrados bajo cero”.
- “Pierna de palo salva a cojo de morir ahogado”.
- “Bebé nace en aeropuerto de Pucallpa”.
- “Cerdo amamanta ronsoco”.
- “Pastor roba a su propia iglesia”.
- “Muerto resucita en su propio funeral”.

**Oportunidad.** Cuando el interés de la organización por comunicar algo coincide con el interés de la sociedad.

**Superlativo, récord o componente estadístico.** Información estadística o récord conseguidos por personas, instituciones o el Estado.

**Notoriedad.** Se refiere a personas, lugares, cosas o situaciones célebres y conocidas por el público. Si una celebridad, político o estrella conocida, emite una opinión relacionada con el tema o temas que defiende la institución o el periodista. Por ejemplo:

- “Dina Páucar se presentará en Atalaya”.
- “Actriz Qorianka comprobó contaminación en el río Corrientes”.
- “Realizan investigaciones en Machu Picchu”

**Exclusividad.** Cuando la organización o el periodista poseen una información exclusiva, o brinda una entrevista con declaraciones de primicia a un determinado medio.

**Progreso.** Relacionado a hechos como inventos o adquisiciones que beneficiará a un amplio sector involucrado en la agenda de la organización.

**Interés humano.** Todo aquello que moviliza sentimientos y emociones sobre personas, grupos, animales o casos de relieve circunstancial. Por ejemplo:

- “Niño camina 20 kilómetros en busca de su madre”.
- “Alumnos asisten a clases en colegio abandonado”.
- “Habitantes de Huarangal sin alimentos por caída de puente”.

**Consecuencias.** Hechos que traen consecuencias a nuestras vidas. Por ejemplo, catástrofes naturales, noticias negativas o situaciones de peligro. La interpretación de una norma legal recién expedida que puede afectar a miles o millones de personas, o informaciones trascendentes que anuncian cambios en la vida cotidiana, hallazgos científicos de repercusión social, eventos locales como congresos, seminarios o encuentros.

**Drama o Suspense.** Cuando la condición de supervivencia de una persona, grupo, comunidad o ambiente están en peligro y nos preguntamos qué ocurrirá luego. Es la preocupación por los acontecimientos del mañana. El suspense crea y expande el atractivo de la noticia. Los hechos misteriosos son parte de este valor.

Un animal perdido o atrapado gana interés cuando un ser humano se interesa en rescatarlos. Saber quién lo hizo atrae mucho interés. Ejemplo:

- “Niño desaparece cuando jugaba en la puerta de su casa”.

**Conflicto.** Enfrentamientos, controversias, violencia y amenazas. Puede tratarse de deportes (fútbol, box, etc.) o guerras, incendios, motines, tiroteos, disturbios, movilizaciones. Ejemplo:

- “Hombre captura tigrillo con sus propias manos”.
- “Población de Moquegua retiene a más de 20 policías”.

### 2.3.3. La noticia y el periodismo

Además de informar, educar, orientar, persuadir, vigilar la función pública y acompañar procesos sociales, el periodismo organiza e influye en las costumbres e ideas, creencias, hábitos y hasta en el alma de los pueblos, contribuye a que la sociedad se forme una opinión de las cosas.



Periodista es aquel que transmite información noticiosa a través de un medio de comunicación con exactitud, conocimientos y prontitud

### 2.3.3.1. Estructura de la noticia.

La noticia tiene una estructura básica compuesta de tres partes: Título, Entrada y Cuerpo

#### El Título

El título puede tener además otras partes como sobretítulo y subtítulo. El titular compuesto puede estar formado de la siguiente forma:

*Justicia chilena se pronuncia:* (sobretítulo)

#### **Aprueban extradición de Fujimori (título)**

- Desconcierto entre los fujimoristas (subtítulo 1)
- Inminente regreso en las próximas horas. (subtítulo 2)

#### La entrada o *lead*:

Es el resumen de la noticia en un párrafo inicial. Responde varias preguntas básicas de la noticia: qué, quién, cómo, cuándo, dónde, por qué, para qué.

- Entrada con el **Quién**:

Se refiere al sujeto que protagoniza el hecho. Puede ser una persona, organización, institución, Estado, grupo social, etc.

- Entrada con el **Qué**:

Empieza por el hecho, por el qué pasó.

- Entrada con el **Cómo**:

Empieza por la forma. Ejemplo:

“Con bombas lacrimógenas la policía recuperó las instalaciones de la Municipalidad tomadas por manifestantes...”

- Entrada con el **Cuándo**:

Empieza con la fecha en que ocurre el hecho.

- Entrada con el **Dónde**:

Es el lugar donde acontece el hecho.

Asimismo, hay dos preguntas más que se utilizan para explicar desde un comienzo las causas o consecuencias de una noticia.

- Entrada con el **Para Qué**:

Inicia con la consecuencia o el resultado del hecho.

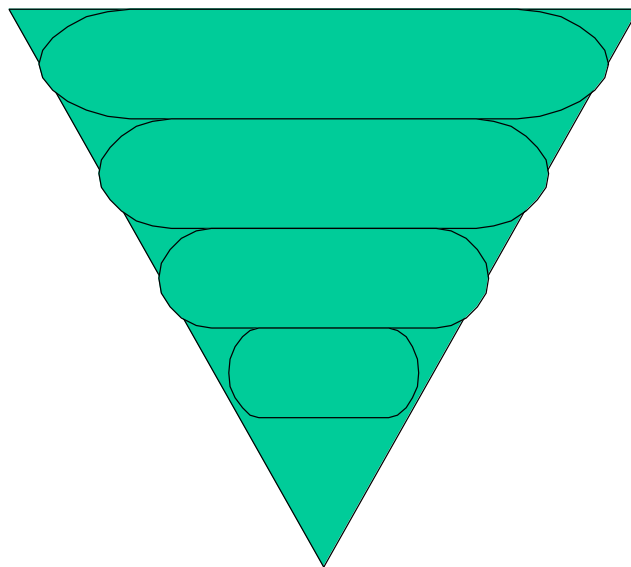
- Entrada con el **Por Qué**:

Empieza con las causas o los motivos que generaron el hecho noticioso.

### **2.3.3.2. La técnica de la Pirámide Invertida**

Consiste en tratar una noticia colocando en la parte superior lo más resaltante de la información. Esta entrada responde las principales de las cinco preguntas básicas de una noticia: qué, quién, como, cuándo y dónde.

Se continúa luego otro párrafo con información de segundo orden y así sucesivamente hasta colocar lo menos importante en la parte inferior.



### **2.3.3.3. La técnica del Yunque**

Consiste en empezar una noticia con una entrada atractiva que luego se repetirá, en algunos aspectos, en la parte final.

A continuación del párrafo inicial, se continúa con información de segundo orden y así en escala descendente.



